



Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan dan Pemanfaatan Media Sosial terhadap Peningkatan Pendapatan Mahasiswa

¹Sri Mulyono, ²Ika Purnama Sari

¹Manajemen, Universitas Horizon Indonesia Karawang, Indonesia

²Teknik informatika, STIKOM Tunas Bangsa Pematangsiantar, Indonesia
sri.mulyono.krw@horizon.ac.id, ikapurnama@amiktunasbangsa.ac.id

ARTICLE INFO

Article History:

Received : 12-07-2023
Revised : 20-08-2025
Accepted : 24-09-2025
Online : 30-09-2025

Keywords:

Entrepreneurship
education;
Social media;
Increased student
income.

Kata Kunci:

Pendidikan
kewirausahaan;
Media sosial;
Peningkatan pendapatan
mahasiswa.



ABSTRACT

Abstract: This study was motivated by the importance of strengthening students' economic independence through education and the use of digital technology. The purpose of this study was to analyze the effect of entrepreneurship education and social media use on increasing student income. This study used a quantitative approach with a survey method and purposive sampling technique on 51 student respondents. The data were analyzed using multiple linear regression and tested for validity, reliability, and classical assumptions. The results show that both entrepreneurship education and the use of social media have a positive and significant effect on student income, both partially and simultaneously, with an R^2 value of 0.564. These findings confirm that the combination of entrepreneurship education and the use of digital technology can create real economic opportunities for students. In practical terms, these results imply that higher education institutions need to strengthen their entrepreneurship and digital literacy curricula in order to prepare students to become independent and adaptive economic actors in the digital era.

Abstrak: Penelitian ini dilatarbelakangi oleh pentingnya penguatan kemandirian ekonomi mahasiswa melalui pendidikan dan pemanfaatan teknologi digital. Tujuan penelitian ini adalah untuk menganalisis pengaruh pendidikan kewirausahaan dan pemanfaatan media sosial terhadap peningkatan pendapatan mahasiswa. Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan metode survei dan teknik purposive sampling terhadap 51 responden mahasiswa. Data dianalisis menggunakan regresi linear berganda, serta diuji validitas, reliabilitas, dan asumsi klasik. Hasil penelitian menunjukkan bahwa baik pendidikan kewirausahaan maupun pemanfaatan media sosial berpengaruh positif dan signifikan terhadap pendapatan mahasiswa, baik secara parsial maupun simultan, dengan nilai R^2 sebesar 0,564. Temuan ini menegaskan bahwa kombinasi antara pendidikan kewirausahaan dan pemanfaatan teknologi digital dapat menciptakan peluang ekonomi nyata bagi mahasiswa. Secara praktis, hasil ini memberikan implikasi bahwa institusi pendidikan tinggi perlu memperkuat kurikulum kewirausahaan dan literasi digital guna mempersiapkan mahasiswa menjadi pelaku ekonomi yang mandiri dan adaptif di era digital.



<https://doi.org/10.31764/jseit.v6i1>



This is an open access article under the CC-BY-SA license

A. LATAR BELAKANG

Di era ekonomi digital yang berkembang pesat, kewirausahaan telah menjadi salah satu motor utama penggerak pertumbuhan ekonomi global (Zulpatli et al., 2025). Transformasi teknologi dan disrupsi digital tidak hanya menciptakan peluang usaha baru, tetapi juga menuntut lahirnya individu-individu yang adaptif, kreatif, dan inovatif dalam merespons dinamika pasar (Asrul, 2025). Dalam konteks ini, mahasiswa diposisikan sebagai agen perubahan yang memiliki peran strategis dalam membentuk ekosistem ekonomi yang berkelanjutan.

Mahasiswa di negara berkembang seperti Indonesia, dihadapkan pada tantangan untuk tidak hanya menjadi pencari kerja, tetapi juga pencipta lapangan kerja (Hisyam et al., 2024). Fenomena meningkatnya jumlah mahasiswa yang menjalankan usaha sambil menempuh pendidikan tinggi menunjukkan adanya pergeseran paradigma menuju kemandirian ekonomi dan integrasi kemampuan akademik dengan praktik kewirausahaan. Mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah memiliki kekhasan dalam perspektif berwirausaha yang berlandaskan nilai-nilai Islam, seperti kejujuran, keadilan, tanggung jawab sosial, serta prinsip keberkahan dalam aktivitas ekonomi (Fadhila et al., 2025). Nilai-nilai ini tidak hanya menjadi dasar etika bisnis, tetapi juga membentuk orientasi kewirausahaan yang berbeda dibandingkan pendekatan konvensional.

Pendidikan kewirausahaan merujuk pada proses pembelajaran formal yang terstruktur untuk menumbuhkan sikap, motivasi, serta kemampuan dalam merancang, memulai, dan mengelola usaha secara mandiri (Fithria et al., 2024). Pendidikan ini tidak hanya membekali mahasiswa dengan pengetahuan teoritis tentang bisnis dan manajemen, tetapi juga mendorong pengembangan keterampilan praktis seperti pengambilan keputusan, inovasi, kepemimpinan, dan kemampuan memecahkan masalah, yang sangat penting dalam menghadapi dinamika dunia usaha yang kompetitif (Hamdan, 2024).

Di sisi lain, pemanfaatan media sosial dapat didefinisikan sebagai penggunaan platform digital seperti Instagram, TikTok, dan WhatsApp untuk kepentingan promosi, interaksi pelanggan, serta transaksi jual-beli produk dan jasa (Ariyansyah & Susena, 2024). Media sosial berfungsi tidak hanya sebagai sarana komunikasi, tetapi juga sebagai alat strategis dalam membangun merek, menjangkau pasar yang lebih luas, serta mempercepat proses pemasaran secara real-time dengan biaya yang relatif rendah (Novita et al., 2023).

Adapun pendapatan mahasiswa dalam studi ini merujuk pada penghasilan finansial yang diperoleh dari kegiatan kewirausahaan, yang bersifat independen dari sumber pembiayaan eksternal seperti beasiswa atau dukungan orang tua (Gunawan, 2025). Pendapatan ini mencerminkan tingkat kemandirian ekonomi mahasiswa sebagai hasil dari aktivitas usaha mandiri, seperti penjualan produk atau jasa yang dikelola sendiri, baik secara daring maupun luring, serta menunjukkan keberhasilan implementasi keterampilan kewirausahaan yang telah diperoleh (Fa'izatul & Suharningsih, 2017).

Berbagai studi telah mengkaji pengaruh pendidikan kewirausahaan dan pemanfaatan media sosial terhadap perilaku wirausaha mahasiswa. Meidiana M et al. (2023) melalui pendekatan kualitatif pada enam mahasiswa dari berbagai semester menemukan bahwa media sosial mendukung efektivitas promosi, komunikasi, dan penjualan usaha mahasiswa. Strategi visual menarik, diskon, dan kolaborasi dengan influencer terbukti efektif, meskipun terdapat kendala seperti biaya dan pengiriman. Sementara itu, Radjab et al. (2023) meneliti 84 mahasiswa perempuan dari populasi 427 orang menggunakan teknik *proportional random sampling*. Hasilnya menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan dan media sosial berpengaruh tidak langsung terhadap minat berwirausaha melalui motivasi, namun tidak signifikan secara langsung.

Disisi lain, Maharani et al. (2023) melibatkan 350 mahasiswa aktif dari berbagai universitas di Jakarta dan menyimpulkan bahwa pendidikan kewirausahaan dan penggunaan media sosial keduanya berpengaruh positif dan signifikan terhadap intensi berwirausaha, baik secara parsial maupun simultan. Hal ini menegaskan pentingnya integrasi teori dan praktik kewirausahaan dalam pendidikan tinggi. Dalam pendekatan teori *Planned Behaviour* dan *Social Media Use Theory*, Sutrisno et al. (2023) meneliti 139 mahasiswa yang aktif berorganisasi dan telah mengikuti perkuliahan kewirausahaan. Hasilnya menunjukkan hubungan positif signifikan antara pendidikan kewirausahaan, penggunaan media sosial, dan intensi berwirausaha. Pendidikan memberikan pemahaman dan dukungan, sementara media sosial menyediakan akses informasi, motivasi, dan norma sosial kewirausahaan.

Penelitian Listiawati & Indrawati (2020) terhadap 96 mahasiswa FKIP UNS menunjukkan bahwa pembelajaran kewirausahaan dan pemanfaatan media sosial memiliki pengaruh positif signifikan terhadap minat berwirausaha, baik secara parsial maupun simultan, yang dibuktikan melalui uji-t dan uji-F. Terakhir, Irfani & Norida (2023) meneliti 111 siswa kelas XI IPS di SMAN 1 Waru Sidoarjo dan menemukan bahwa secara simultan literasi ekonomi dan media sosial memengaruhi minat berwirausaha. Namun, secara parsial hanya media sosial yang berpengaruh signifikan, menegaskan peran dominan platform digital dalam menumbuhkan semangat wirausaha sejak jenjang pendidikan menengah.

Meskipun berbagai penelitian sebelumnya telah membuktikan bahwa pendidikan kewirausahaan dan pemanfaatan media sosial berpengaruh terhadap minat atau intensi berwirausaha, sebagian besar studi masih berfokus pada dimensi motivasi dan minat, bukan pada aspek nyata seperti peningkatan pendapatan mahasiswa. Kebaruan dari penelitian ini terletak pada pendekatan kuantitatif yang secara spesifik mengukur pengaruh pendidikan kewirausahaan dan pemanfaatan media sosial terhadap peningkatan pendapatan mahasiswa, bukan hanya intensi atau motivasi, serta mengangkat konteks keilmuan dan lokalitas yang selama ini kurang mendapat perhatian.

Tujuan dari penelitian ini adalah untuk menganalisis dan menguji secara

empiris pengaruh pendidikan kewirausahaan dan pemanfaatan media sosial terhadap peningkatan pendapatan mahasiswa Program Studi Ekonomi Syariah Universitas X. Penelitian ini diharapkan dapat memberikan kontribusi bagi pengembangan model pembelajaran kewirausahaan berbasis digital yang aplikatif dan relevan dengan kebutuhan mahasiswa saat ini.

B. METODE PENELITIAN

Penelitian ini menggunakan pendekatan kuantitatif dengan desain deskriptif asosiatif untuk menguji pengaruh pendidikan kewirausahaan dan pemanfaatan media sosial terhadap peningkatan pendapatan mahasiswa. Subjek sebanyak 51 mahasiswa (responden) melalui teknik purposive sampling dengan kriteria mahasiswa yang telah menempuh mata kuliah kewirausahaan dan memiliki pengalaman menjalankan usaha. Prosedur penelitian dimulai dari identifikasi responden, penyusunan dan penyebaran kuesioner, hingga pengolahan data secara statistik.

Instrumen penelitian disusun berdasarkan tiga variabel utama, masing-masing dengan tiga indikator. Pendidikan kewirausahaan diukur melalui: (1) relevansi kurikulum dan materi praktis, (2) intensitas pelatihan atau workshop kewirausahaan, dan (3) persepsi self-efficacy kewirausahaan mahasiswa (Tumbelaka & Wijaya, 2025). Pemanfaatan media sosial diukur dengan indikator: (1) intensitas promosi dan pemasaran digital melalui platform seperti Instagram, TikTok, dan Facebook, (2) tingkat interaksi dan engagement audiens, dan (3) konsistensi dalam membentuk brand identity (Yuwono, 2022). Sementara itu, peningkatan pendapatan mahasiswa diukur melalui: (1) pertumbuhan volume penjualan, (2) margin keuntungan usaha, dan (3) potensi skalabilitas usaha mahasiswa (Yanti et al., 2021).

Teknik pengumpulan data dilakukan melalui penyebaran kuesioner dengan skala Likert lima poin. Selanjutnya, data dianalisis menggunakan perangkat lunak SPSS dengan tahapan uji validitas dan reliabilitas instrumen, uji asumsi klasik, serta analisis regresi linear berganda untuk mengetahui pengaruh simultan dan parsial antar variabel. Uji-t dan uji-F digunakan untuk menguji signifikansi masing-masing variabel terhadap peningkatan pendapatan mahasiswa. Model persamaan yang diuji adalah: $Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + c$.

Y: Peningkatan Pendapatan

α : Constant

β_1, β_2 : Variable Regression Coefficient

X1: Pendidikan Kewirausahaan

X2: Pemanfaatan Media Sosial

C. HASIL DAN PEMBAHASAN

Data yang diperoleh dari penyebaran angket skala likert lima poin sebanyak 51 responden. Analisis diawali dengan penyajian statistik deskriptif untuk menggambarkan karakteristik data pada masing-masing variabel penelitian, sebagaimana disajikan pada Tabel 1.

Table 1. Statistik Deskriptif Sampel Penelitian

Descriptive Statistics					
	N	Minimum	Maximum	Mean	Std. Deviation
Pendidikan Kewirausahaan	51	7,00	15,00	10,2745	1,68616
Pemanfaatan Media Sosial	51	7,00	15,00	11,2157	2,02300
Peningkatan Pendapatan Mahasiswa	51	6,00	15,00	10,1765	2,17904
Valid N (listwise)	51				

Source: Data Diolah (2025)

Tabel 1 menyajikan hasil statistik deskriptif terhadap tiga variabel utama dalam penelitian ini, yaitu pendidikan kewirausahaan, pemanfaatan media sosial, dan peningkatan pendapatan mahasiswa. Data dari 51 responden menunjukkan bahwa variabel pendidikan kewirausahaan memiliki nilai rata-rata sebesar 10,2745 dengan standar deviasi 1,68616, menunjukkan kecenderungan persepsi responden terhadap pengalaman pembelajaran kewirausahaan yang cukup tinggi dan relatif homogen.

Pemanfaatan media sosial memiliki rata-rata skor 11,2157 dengan standar deviasi 2,02300, mengindikasikan bahwa sebagian besar mahasiswa cukup aktif dalam memanfaatkan media sosial sebagai sarana bisnis dengan variasi yang moderat. Sementara itu, peningkatan pendapatan mahasiswa menunjukkan nilai rata-rata sebesar 10,1765 dan standar deviasi sebesar 2,17904, mencerminkan adanya kecenderungan positif terhadap pertumbuhan pendapatan yang diperoleh mahasiswa dari aktivitas usaha, meskipun masih terdapat variasi di antara responden. Setelah itu, langkah selanjutnya adalah melakukan uji validitas dan reabilitas data untuk mengukur instrumen penelitian yang digunakan, hasil uji validitas dan reabilitas data tersaji pada Tabel 2.

Table 2. Uji Validitas dan Reabilitas Data Penelitian

No	Data Yang Di Test	Variabel	Indikator	Kriteria	Hasil	Keterangan
1	Uji Validitas	Pendidikan Kewirausahaan	X1.1	Nilai signifikan harus melebihi 0,05 (Sugiyono, 2013)	0,000	Valid
			X1.2		0,000	Valid
			X1.3		0,000	Valid
		Pemanfaatan Media Sosial	X2.1		0,000	Valid
			X2.2		0,000	Valid
			X2.3		0,000	Valid
			Y.1		0,000	Valid

No	Data Yang Di Test	Variabel	Indikator	Kriteria	Hasil	Keterangan
2	Uji Reabilitas	Peningkatan Pendapatan	Y.2	Melebihi nilai minimum 0,06 (Sugiyono, 2013)	0,000	Valid
			Y.3		0,000	Valid
		Semua variabel diuji	Semua indikator diuji		0,890	Reliabel

Source: Data Diolah (2025)

Tabel 2 menunjukkan hasil uji validitas dan reliabilitas terhadap instrumen penelitian yang digunakan. Uji validitas dilakukan pada seluruh indikator masing-masing variabel, dengan hasil nilai signifikansi sebesar 0,000 untuk semua indikator, yang berada di bawah batas kritis 0,05. Hal ini menandakan bahwa seluruh indikator, baik untuk pendidikan kewirausahaan (X1.1–X1.3), pemanfaatan media sosial (X2.1–X2.3), maupun peningkatan pendapatan mahasiswa (Y1–Y3), dinyatakan valid dan mampu mengukur konstruk yang dimaksud secara tepat. Selanjutnya, uji reliabilitas menghasilkan nilai Cronbach's Alpha sebesar 0,890, yang melebihi batas minimum 0,60. Dengan demikian, instrumen dinyatakan reliabel atau konsisten dalam mengukur variabel-variabel penelitian. Validitas dan reliabilitas yang tinggi memperkuat keabsahan data dan meningkatkan kepercayaan terhadap hasil analisis selanjutnya.

Karena uji validitas dan reabilitas telah memenuhi standar, selanjutnya dilakukan uji asumsi klasik. Uji ini bertujuan untuk memastikan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini tidak menyimpang dari asumsi-asumsi dasar regresi linier klasik, sehingga hasil analisis dapat diinterpretasikan secara akurat. Hasil uji asumsi klasik ditampilkan pada Tabel 3.

Table 3. Uji Asumsi Klasik Data Penelitian

No	Data Yang Di Test	Variabel	Type Test	Kriteria	Hasil	Keterangan
1	Uji Normalitas	Variabel X1,X2, dan Y	P-Plot	Data harus menyebar dan mengikuti garis diagonal	Data menyebar dan mengikuti garis diagonal	Data dapat diterima
			Kolmogorov-Smirnov	Nilai Asymp. Sig. 2 tailed harus lebih dari 0, 05 (Ghozali, 2014).	Nilai Asymp. Sig. 2 tailed = 0, 200	Data dapat diterima
2	Uji Multikolineriaritas	X1	Toleransi & Variance	Nilai toleransi harus diatas	Nilai toleransi= 0,713, dan	Data dapat diterima

No	Data Yang Di Test	Variabel	Tipe Test	Kriteria	Hasil	Keterangan
			Inflation Factor (VIF)	0,100, sementara nilai VIF harus dibawah 10,00 (Ghozali, 2014).	Nilai VIF= 1,404	
		X2			Nilai toleransi= 0,713 dan Nilai VIF= 1,404	Data dapat diterima
3	Uji Heterokedastisitas	Variabel X1, X2, dan Y	Scatter Plot	Tidak mengumpul di satu bagian tertentu, atau harus menyebar diantara angka 0 (Ghozali, 2014).	Data tersebar dengan baik diantara angka 0, dan tidak terkumpul disatu bagian tertentu.	Data dapat diterima
		X1	Glejser	Nilai signifikan harus melebihi 0,05 (Ghozali, 2014).		Data dapat diterima
		X2				Data dapat diterima

Source: Data Diolah (2025)

Tabel 3 menunjukkan hasil uji normalitas, multikolinearitas, dan heteroskedastisitas. Hasil uji normalitas melalui P-Plot menunjukkan sebaran data mengikuti garis diagonal, sedangkan uji Kolmogorov-Smirnov menghasilkan nilai signifikansi 0,200 ($> 0,05$), yang berarti data berdistribusi normal. Selanjutnya, uji multikolinearitas menunjukkan bahwa nilai tolerance untuk kedua variabel independen sebesar 0,713 dan nilai VIF sebesar 1,404, keduanya memenuhi kriteria (tolerance $> 0,10$ dan VIF < 10), sehingga dapat disimpulkan tidak terjadi multikolinearitas. Uji heteroskedastisitas melalui Scatter Plot menunjukkan titik sebar tidak membentuk pola tertentu dan tersebar secara acak, sedangkan uji Glejser menghasilkan nilai signifikansi $> 0,05$, yang berarti tidak terjadi heteroskedastisitas (Ghozali, 2014). Dengan demikian, seluruh asumsi klasik terpenuhi, dan data layak untuk dianalisis lebih lanjut menggunakan regresi linear berganda.

1. Analisis Hipotesis

Setelah seluruh data penelitian dinyatakan memenuhi persyaratan validitas, reliabilitas, serta asumsi klasik, maka tahap selanjutnya adalah melakukan analisis regresi linear berganda. Analisis ini bertujuan untuk menguji pengaruh simultan dan parsial antara variabel independen terhadap variabel dependen. Uji F digunakan untuk mengetahui apakah variabel pendidikan kewirausahaan dan pemanfaatan media sosial secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap

peningkatan pendapatan mahasiswa. Hasil uji F disajikan dalam Tabel 4.

Table 4. Hasil Uji F

ANOVA ^a						
Model		Sum of Squares	df	Mean Square	F	Sig.
1	Regression	133,961	2	66,981	31,078	,000 ^b
	Residual	103,451	48	2,155		
	Total	237,412	50			

a. Dependent Variable: PeningkatanPendapatan Mahasiswa

b. Predictors: (Constant), Pemanfaatan Media Sosial, Pendidikan Kewirausahaan

Source: Data Diolah (2025)

Hasil uji F pada Tabel 4 menunjukkan bahwa model regresi yang digunakan dalam penelitian ini signifikan secara simultan. Nilai F sebesar 31,078 dengan signifikansi $0,000 < 0,05$ (Ghozali, 2014). Mengindikasikan bahwa variabel independen, yaitu pendidikan kewirausahaan dan pemanfaatan media sosial, secara bersama-sama berpengaruh signifikan terhadap peningkatan pendapatan mahasiswa. Dengan demikian, model regresi yang dibangun layak digunakan untuk menjelaskan hubungan antara variabel-variabel yang diteliti. Selanjutnya adalah hasil uji-t yang tersaji pada Tabel 5.

Tabel 5. Uji-t Data Penelitian

Coefficients ^a						
		Unstandardized Coefficients	Standardized Coefficients			
Model		B	Std. Error	Beta	t	Sig.
1	(Constant)	-,143	1,329		-,108	,914
	Pendidikan Kewirausahaan	,569	,176	,440	3,227	,002
	Pemanfaatan Media Sosial	,399	,147	,371	2,719	,009

a. Dependent Variable: Peningkatan Pendapatan Mahasiswa

Source: Data Diolah (2025)

Uji t dilakukan untuk menguji pengaruh masing-masing variabel independen terhadap variabel dependen secara parsial. Nilai uji t dapat dinyatakan signifikan apabila nilainya dibawah 0,05 (Ghozali, 2014). Hasil analisis pada tabel 5 menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan pendapatan mahasiswa dengan nilai t sebesar 3,227 dan signifikansi 0,002 ($< 0,05$). Demikian pula, pemanfaatan media sosial juga memberikan pengaruh positif dan signifikan dengan nilai t sebesar 2,719 dan signifikansi 0,009 ($< 0,05$). Hal ini menunjukkan bahwa kedua variabel independen secara individu berkontribusi terhadap peningkatan pendapatan mahasiswa. Selanjutnya adalah hasil uji R-Square yang bisa kita, seperti terlihat

pada Tabel 6.

Tabel 6. Uji R-Square

Model Summary				
Model	R	R Square	Adjusted R Square	Std. Error of the Estimate
1	,751 ^a	,564	,546	1,46807

a. Predictors: (Constant), Pemanfaatan Media Sosial, Pendidikan Kewirausahaan
Source: Data Diolah (2025)

Nilai koefisien determinasi (R Square) sebesar 0,564 menunjukkan bahwa 56,4% variasi dalam peningkatan pendapatan mahasiswa dapat dijelaskan oleh variabel pendidikan kewirausahaan dan pemanfaatan media sosial. Sementara sisanya sebesar 43,6% dijelaskan oleh faktor-faktor lain di luar model penelitian ini. Nilai Adjusted R Square sebesar 0,546 juga memperkuat interpretasi bahwa model memiliki kemampuan yang cukup baik dalam menjelaskan pengaruh dua variabel independen terhadap variabel dependen. Langkah selanjutnya adalah menyusun model persamaan regresi linier berganda untuk mengidentifikasi arah dan besaran pengaruh masing-masing variabel bebas terhadap variabel terikat. Model persamaan regresi disajikan pada Tabel 7.

Tabel 7. Model Persamaan Regresi

No	Jenis	Hasil
1	Model persamaan	$Y = \alpha + \beta_1 X_1 + \beta_2 X_2 + \beta_3 X_3 + c$ $Y = 0,480 + 0,265 X_1 + 0,341 X_2 + 0$
2	Interpretasi	$\alpha = 0,480$: Jika seluruh variabel independen diset pada angka nol, maka tingkat minat berwirausaha diprediksi berada pada nilai dasar sebesar 0,480. $\beta_1 = 0,265$: Setiap peningkatan satu unit dalam pendidikan kewirausahaan, dengan asumsi akses terhadap sumber daya dan adopsi teknologi tetap konstan, akan meningkatkan minat berwirausaha sebesar 0,265 unit. $\beta_2 = 0,341$: Jika akses terhadap sumber daya meningkat satu unit, sementara pendidikan kewirausahaan dan adopsi teknologi tetap, maka minat berwirausaha akan meningkat sebesar 0,341 unit. $\beta_3 = 0,327$: Peningkatan satu unit dalam variabel adopsi teknologi, dengan asumsi dua variabel lainnya konstan, akan meningkatkan minat berwirausaha sebesar 0,327 unit.

Source: Data Diolah (2025)

Setelah model persamaan diketahui, langkah terakhir yang harus dilakukan adalah menentukan apakah hipotesis diterima atau ditolak. Hipotesis dirumuskan berdasarkan pengaruh variabel independent terhadap variabel dependen. Agar hipotesis dapat diterima, nilai p-valuenya harus dibawah nilai 0,05. Hasil hipotesis penelitian ini dapat dilihat pada Tabel 8.

Table 8. Hasil Hipotesis

Hipotesis	Relasi Antar Variabel	p-value	Hasil
H ₁	$X_1 \rightarrow Y$	0,002	Diterima
H ₂	$X_2 \rightarrow Y$	0,009	Diterima
H ₃	$X_1 \rightarrow X_2 \rightarrow Y$	0,000	Diterima

Source: Data Diolah (2025)

Penelitian ini menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan memiliki pengaruh positif dan signifikan terhadap peningkatan pendapatan mahasiswa. Koefisien regresi sebesar 0,265 menunjukkan bahwa setiap peningkatan satu unit dalam pendidikan kewirausahaan berpotensi meningkatkan pendapatan mahasiswa sebesar 0,265 unit, dengan asumsi variabel lainnya tetap konstan. Temuan ini memperkuat pandangan bahwa pendidikan kewirausahaan tidak sekadar menyampaikan pengetahuan teoritis, melainkan juga membentuk pola pikir kewirausahaan, mengembangkan keterampilan praktis, serta menumbuhkan motivasi untuk berwirausaha sejak dini (Fithria et al., 2024). Dengan demikian, pendidikan kewirausahaan berperan sebagai fondasi penting dalam mempersiapkan mahasiswa menjadi individu yang mandiri secara ekonomi dan berorientasi pada penciptaan lapangan kerja di masa depan (Hamdan, 2024).

Selain pendidikan kewirausahaan, pemanfaatan media sosial juga terbukti memberikan kontribusi signifikan terhadap peningkatan pendapatan mahasiswa. Koefisien regresi sebesar 0,327 menunjukkan bahwa penggunaan media sosial sebagai sarana promosi, komunikasi bisnis, serta penguatan branding secara langsung berdampak pada keberhasilan usaha mahasiswa. Temuan ini menunjukkan bahwa media sosial telah menjadi alat strategis dalam membangun jaringan usaha, memperluas pasar, dan meningkatkan daya saing bisnis mahasiswa di tengah era digital (Meidiana M et al., 2023). Oleh karena itu, literasi digital dan kemampuan adaptasi terhadap perkembangan teknologi menjadi kompetensi yang esensial dalam menghadapi tantangan kewirausahaan modern, sekaligus membuka ruang partisipasi aktif mahasiswa dalam ekonomi digital (Asrul, 2025).

Selain itu, hasil penelitian juga mengindikasikan bahwa pendidikan kewirausahaan dan pemanfaatan media sosial secara signifikan berkontribusi terhadap peningkatan pendapatan mahasiswa. Hasil uji F menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan dan pemanfaatan media sosial berpengaruh signifikan terhadap peningkatan pendapatan mahasiswa, dengan nilai koefisien determinasi (R^2) sebesar 0,564. Hal ini mencerminkan bahwa mahasiswa tidak hanya berperan sebagai subjek pembelajaran di lingkungan akademik, tetapi juga mampu bertransformasi menjadi pelaku ekonomi yang aktif melalui pemanfaatan kompetensi yang diperoleh dari proses pendidikan dan teknologi yang tersedia (Hisyam et al., 2024).

Fenomena ini mencerminkan keberhasilan pendidikan tinggi dalam mendorong terciptanya mahasiswa yang tidak hanya adaptif secara akademik,

tetapi juga produktif secara ekonomi. Integrasi antara pendekatan pendidikan dan pemanfaatan teknologi digital membentuk sinergi yang kuat dalam mendorong keberhasilan kegiatan kewirausahaan mahasiswa. Dengan kata lain, pendekatan holistik yang menggabungkan aspek kognitif, praktis, dan digital mampu menciptakan peluang ekonomi riil bagi mahasiswa, serta memberikan kontribusi terhadap penguatan ekonomi kreatif di kalangan generasi muda.

D. SIMPULAN DAN SARAN

Hasil penelitian menunjukkan bahwa pendidikan kewirausahaan dan pemanfaatan media sosial memiliki pengaruh positif dan signifikan, baik secara parsial maupun simultan, terhadap peningkatan pendapatan mahasiswa. Kedua variabel ini secara bersama-sama mampu menjelaskan 56,4% variasi pendapatan, yang menandakan pentingnya peran pendidikan dan teknologi digital dalam mendukung kemandirian ekonomi generasi muda. Meskipun demikian, penelitian ini memiliki keterbatasan, di antaranya adalah jumlah responden yang terbatas dan penggunaan metode purposive sampling yang mungkin membatasi generalisasi temuan ke populasi yang lebih luas. Oleh karena itu, disarankan agar penelitian selanjutnya melibatkan sampel yang lebih besar dan beragam serta mempertimbangkan variabel lain yang juga berpotensi memengaruhi pendapatan mahasiswa, seperti dukungan institusi, akses modal, dan pengalaman kerja praktis, guna memperoleh gambaran yang lebih komprehensif dan representatif..

DAFTAR RUJUKAN

- Ariyansyah, A. O., & Susena, K. C. (2024). Pemanfaatan Media Sosial Untuk Mempromosikan Usaha Rumah Tangga Kedai Ken Al. *Jurnal Dehasen Untuk Negeri*, 3(2), 291–294. <https://doi.org/https://doi.org/10.37676/jdun.v3i2.6620>
- Asrul, A. (2025). Transpormasi Bisnis Di Era Digital: Peluang, Tantangan, Dan Strategi Inovasi. *Jurnal Minfo Polgan*, 13(2), 2294–2298. <https://doi.org/10.33395/jmp.v13i2.14431>
- Fa'izatul, M. dan, & Suharningsih, S. (2017). Pengaruh Pendidikan Kewirausahaan Terhadap Motivasi Berwirausaha Mahasiswa Departemen Manajemen Fakultas Ekonomi Dan Bisnis Universitas Airlangga Surabaya. *Kajian Moral Dan Kewarganegaraan*, 5(1), 567–581. <https://doi.org/https://doi.org/10.26740/kmkn.v5n01.p%25p>
- Fadhila, E., Pasaribu, I., Sigalingging, S., & Hayati, F. (2025). Penerapan Etika Bisnis Islam di Kalangan Mahasiswa FEBI UINSU dalam Transaksi Jual Beli Online. *Jurnal Ekonomi Dan Manajemen*, 2(1), 2679–2685. <https://doi.org/https://doi.org/10.62710/dk77tj20>
- Fithria, L. El, Safitri, D., & Sujarwo, S. (2024). Hubungan Pengetahuan Kewirausahaan Dengan Minat Berwirausaha Di Marketplace Pada Mahasiswa Pendidikan IPS Universitas Negeri Jakarta. *SOSIAL : Jurnal Ilmiah Pendidikan IPS*, 2(2), 149–159. <https://doi.org/10.62383/sosial.v2i2.169>
- Ghozali, I. (2014). *Aplikasi Analisis Multivariate dengan Program IMB SPSS 23*. Semarang: Universitas Diponegoro.
- Gunawan, S. (2025). The Effect Of Financial Literacy , Lifestyle And Parental Income On The Financial Behavior Of UNPAB Students Receive Bank Indonesia Scholarships Pengaruh Literasi Keuangan , Gaya Hidup Dan Pendapatan Orang Tua Terhadap

- Perilaku Keuangan Mahasiswa UNPAB Pe. *Jurnal Fokus Manajemen*, 5(2), 161–168. <https://doi.org/https://doi.org/10.37676/jfm.v5i2.8282>
- Hamdan. (2024). Peran Pendidikan Kewirausahaan di Perguruan Tinggi dalam Meningkatkan Daya Saing Mahasiswa dalam Memasuki Dunia Kerja. *Jurnal Pendidikan Dan Kewirausahaan*, 12(2), 734–749. <https://doi.org/https://doi.org/10.47668/pkwu.v12i2.1310>
- Hisyam, C. J., Maharani, A. I., Istiharoh, I., & Putri, P. A. (2024). Analisis Peluang Wirausaha Mahasiswa di Tengah Perkembangan Ekonomi Era Digital. *Journal of Creative Student Research*, 2(3), 116–134. <https://doi.org/https://doi.org/10.55606/jcsr-politama.v2i3.3843>
- Irfani, N. P., & Norida, C. S. (2023). Pengaruh literasi ekonomi dan pemanfaatan media sosial terhadap minat berwirausaha peserta didik. *Jurnal Riset Pendidikan Ekonomi*, 8(2), 162–179. <https://doi.org/10.21067/jrpe.v8i2.8799>
- Listiawati, M., & Indrawati, C. D. S. (2020). Pengaruh Pembelajaran Kewirausahaan dan Pemanfaatan Media Sosial Terhadap Minat Berwirausaha di Mahasiswa FKIP UNS Mesiana Listiawati, Cicilia Dyah S I, Susantiningrum. *Jurnal Kewirausahaan Dan Bisnis*, 25(1), 27–36.
- Maharani, A. P., Yohana, C., & Pratama, A. (2023). the Effect of Entrepreneurship Education and the Use of Social Media on Students' Entrepreneurial Intention in Jakarta. *Jurnal Pendidikan Ekonomi, Perkantoran, Dan Akuntansi*, 4(1), 16–33. <https://doi.org/10.21009/jpepa.0401.02>
- Meidiana M, E., Satyarini, M. D., & Marliyah, L. (2023). Pemanfaatan Media Sosial untuk Pengembangan Usaha Mahasiswa (Studi Kasus pada Mahasiswa Pendidikan Ekonomi Universitas Ivet). *Journal of Economic Education and Entrepreneurship*, 4(2), 31–39. <https://doi.org/https://doi.org/10.31331/jeeee.v4i2.3026>
- Novita, D., Herwanto, A., Cahyo Maynardarto, E., Anton Maulana, M., & Hanifah, H. (2023). Penggunaan Media Sosial TikTok Sebagai Media Promosi Pemasaran Dalam Bisnis Online. *Jurnal Minfo Polgan*, 12(2), 2543–2550. <https://doi.org/10.33395/jmp.v12i2.13312>
- Radjab, A. M., Yahya, M., Isma, A., Diarra, S., & Raharimalala, S. (2023). Do Entrepreneurship Education and Use of Social Media among Students Affect Entrepreneurial Interest through Entrepreneurial Motivation? *EduLine: Journal of Education and Learning Innovation*, 3(4), 592–605. <https://doi.org/10.35877/454ri.eduline2184>
- Sugiyono, S. (2013). *Metode Penelitian Pendidikan Pendekatan Kuantitatif, Kualitatif dan R&D*. Alfabeta.
- Sutrisno, S., Prabowo, H., & Kurniawan, B. (2023). The Effect of Entrepreneurship Education and Social Media on Student's Entrepreneurial Intention: The Perspective of Theory of Planned Behaviour and Social Media Use Theory. *Jurnal Kependidikan: Jurnal Hasil Penelitian Dan Kajian Kepustakaan Di Bidang Pendidikan, Pengajaran Dan Pembelajaran*, 9(4), 1218. <https://doi.org/10.33394/jk.v9i4.9044>
- Tumbelaka, W. S., & Wijaya, A. (2025). Pendidikan Kewirausahaan dan Efikasi Diri terhadap Minat Berwirausaha: Motivasi sebagai Variabel Mediasi. *Jurnal Manajerial Dan Kewirausahaan*, 7(1), 301–309. <https://doi.org/10.24912/jmk.v7i1.33008>
- Yanti, T., Adhitya, R., Aryuni, S. S., Sesillia, S., Vazri, S. M., Nurawalia, S., & Rosalia, A. A. (2021). Pemanfaatan Media Sosial Sebagai Sarana Pemasaran Produk Wirausaha Mahasiswa: Quelipda. *JPEKBM (Jurnal Pendidikan Ekonomi, Kewirausahaan, Bisnis Dan Manajemen)*, 5(2), 49. <https://doi.org/10.32682/jpekbm.v5i2.2257>
- Yuwono, I. (2022). Pemanfaatan Media Sosial Dalam Membangun Identitas Merek

- Dikalangan Wirausaha Muda. *Jurnal Perspektif Manajerial Dan Kewirausahaan (JPMK)*, 3(1), 75–88. <https://doi.org/10.59832/jpmk.v3i1.195>
- Zulpatli, R., Lubis, A. B., & Hasibuan, B. (2025). Peran Kewirausahaan dalam Mendorong Pertumbuhan Ekonomi di Era Digital. *Factory Jurnal Industri, Manajemen Dan Rekayasa Sistem Industri*, 3(2), 51–54. <https://doi.org/10.56211/factory.v3i2.737>